



REUNION ANNUELLE 2001 CIRAD-FLHOR

DU 3 AU 6 SEPTEMBRE 2001
AMPHITHEATRE D'AGROPOLIS

PROGRAMMES RESUMES LISTE DES PARTICIPANTS

ARBORICULTURE FRUITIERE

*Cirad-Flhor
TA 50/PS 4
Boulevard de la Lironde
34398 Montpellier Cedex 5
France
Tél. : (33) 4 67 61 58 61
Fax : (33) 4 67 61 58 71*



Le marché international de la mangue

Denis Loeillet, Eric Imbert, Jussara Braz - Observatoire des marchés - Revue FruiTrop
Cirad-Flhor TA 50/PS4 - Bld de la Lironde - 34398 Montpellier cedex 5
Tél. : 04 67 61 59 48 - denis.loeillet@cirad.fr
Tél. : 04 67 61 75 00 - eric.imbert@cirad.fr

La mangue est une des productions fruitières majeures (30 millions de tonnes). Elle fait l'objet d'un commerce à la fois sous forme fraîche mais aussi sous forme transformée (pulpe, chutney, fruit sec). Les performances de ce fruit sur les marchés internationaux sont exceptionnelles. Les exportations mondiales de mangues fraîches dépassent les 550 000 tonnes. La situation en Europe reflète ce dynamisme. En 1999, les importations ont franchi la barre symbolique des 100 000 tonnes pour s'établir en 2000 à 120 000 tonnes. Elles n'étaient que de 30 000 tonnes, 10 ans auparavant. Le Mexique est historiquement le premier exportateur mondial (plus de 200 000 tonnes) mais seulement le 7^{ème} sur le marché européen. C'est le Brésil qui tient, depuis le début des années 1990, le rôle de premier fournisseur avec le tiers du marché d'importation. La Côte d'Ivoire et Porto Rico se partagent la seconde place avec plus de 10 000 tonnes chacun. Une des caractéristiques du marché européen est la multiplicité des origines qui l'approvisionnent. On en compte près d'une centaine.

Au-delà de l'euphorie sur les marchés internationaux, les opérateurs doivent désormais porter leur attention sur deux points. Surveiller sur le court et moyen terme l'équilibre offre/demande. Dans ce domaine les plans de développement de la culture notamment au Brésil sont risqués. Améliorer l'offre en terme de qualité gustative. Un travail de fond impliquant la Recherche, les opérateurs internationaux et les distributeurs sont à mener sous peine de voir les consommateurs se détourner d'un produit qui a, pour l'instant, tous les atouts de son côté.